EL VINO DE JEREZ EN LAS SERIES DE FICCION TELEVISIVAS

Sherry Wine on Fictional TV Series

José Luis Jiménez García

Académico de la Real Academia de San Dionisio de Ciencias, Artes y Letras.
Portuguese Association for the History of Vine and Wine (APHVIN).
Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino (AEPEV).

Resumen

Con la llegada de la televisión a finales de los años 40 del siglo XX, la industria publicitaria adquiriría un desarrollo inusitado.

En los inicios de esta nueva oferta de ocio, que atraería a millones de telespectadores en todo el mundo, las series de ficción alcanzaron una gran popularidad.

Un medio con un enorme potencial commercial del que las empresas harán uso (y abuso), para difundir y promocionar todo tipo de productos.

La forma en la que el vino del Marco del jerez se integra en el relato de ficción en estas series es el objeto de este trabajo.

En la actualidad, las nuevas tecnologías permiten estar al día, y casi al instante, de éstas nuevas producciones audiovisuales que se difunden por las principales cadenas de TV, así como por compañías de entretenimiento en su modalidad *streaming*.

Por otra parte, el interesado tiene actualmente fácil acceso en internet a aquellas que se emitieron en su momento, lo que facilita su revision al detalle.

El resultado ha sido, por tanto, catalogar y estudiar la presencia de nuestros vinos en un importante número de estas series producidas por las cadenas televisivas, accediendo a sus versiones en el idioma original.

Un trabajo novedoso que nos permitirá tener un major conocimiento del jerez, y de como es percibido en el exterior. en el periodo comprendido entre los años `50 del siglo XX hasta la actualidad, bien entrado el siglo XXI.

Palabras clave: Vino, jerez, serie de ficción, televisión, publicidad, emplazamiento de producto.

Abstract

With the arrival of television in the late 40s of the twentieth century, the advertising industry will acquire an unusual development.

At the beginning of this new leisure offer, which would attract millions of viewers worldwide, the fiction series became very popular.

A medium with enormous commercial potential that companies will use (and abuse) to disseminate and promote all kinds of products.

The way in which the wine from Marco del Jerez is integrated into the fiction story in these series is the object of this work.

At present, the new technologies allow to be up-to-date, and almost instantly, of these new audiovisual productions that are carried out by the main TV networks, as well as by entertainment companies in their streaming modality.

On the other hand, the interested party currently has easy access to those that were issued at the time, which facilitates their detailed review.

The result has been, therefore, to catalog and study the presence of our wines in a significant number of these series produced by television networks, accessing their versions in the original language.

A novel work that will allow us to have a better knowledge of sherry and how it is perceived abroad in a period between the 1950s and the present.

Keywords: Wine, Sherry, Fiction serie, TV, Advertising, Product placement.

De Cambridge me fui con una licenciatura en Ciencias Naturales, unas cuantas botellas de jerez robadas, y un doctorado en vino de Burdeos'.

Graham Chapman, componente del grupo cómico Monty Python.

1. Introducción

Una serie de televisión es una obra de carácter audiovisual y generalmente narrativa que se difunde por televisión, en entregas periódicas, manteniendo cada una de ellas una unidad y continuidad argumental o al menos temática con los episodios anteriores y posteriores. Puede constar de una o más temporadas.

Las más habituales son las conocidas como Sitcoms (comedias de situación, como Frasier), de crímenes, bien policiales o de detectives (Colombo, Agatha Christie), suspense, acción o aventuras (Misión Imposible), Western (Bonanza), Ciencia-Ficción (Star Trek), Sagas familiars (Los Forsythe), históricos-costumbristas (Arriba-Abajo, Mad Men), dramas políticos y sociales (Rebellion).

La forma en la que el vino del Marco del jerez se integra en el relato de ficción de las series de television es el objeto de este trabajo. En concreto de aquellas producidas en Estados Unidos y Gran Bretaña, paradigmas en la producción y distribución de este tipo de obras audiovisuales, y emblemas de la cultura anglosajona a los dos lados del Atlántico.

Como contrapeso, y para tener más elementos para contrastar, hemos querido

Figura 1: Danger Man / Secret Agent: I can only offer yoy sherry (ITC).

aportar otros dos ejemplos de producciones fuera de la órbita de los dos países tomados como referentes principales.

Uno es España, por lo que nos toca, y el otro Japón, por su singularidad. Para confirmar la difusion de nuestros vinos a mercados más allá de la zona geográfica anglosajona.

Un primer acercamiento, que creemos novedoso, y nunca antes estudiado, que servirá para sentar las bases de investigaciónes posteriores, despertando el interés de instituciones y empresas vinculadas al sector del vino de la zona del jerez.

¿Cómo y de qué manera podemos valorar la presencia de nuestros vinos en las series de ficción televisivas? Su interacción con los personajes, su relevancia dentro de la trama.

En ocasiones "las marcas, ocupan un papel privilegiado por lo que su presencia no es únicamente commercial, sino que se implican en la personalidad de los protagonistas y de esta forma en la acción"[1].

[1] LOZANIO GONZÁLEZ (2012:11).

Una forma de «publicidad» que considero clave, y que nunca se ha tenido en cuenta por el sector del jerez, llegándose a divulgar la falsa leyenda de extrañas e interesadas manipulaciones en las salas de doblaje, hecho que quedará desmontado en este trabajo, y como quedó patente en el apartado cinematográfico.

Un método ajustado a nuestras intenciones es lo que se conoce como *product placement*, aunque hay autores que se decantan por la definición *brand placement*[2]. La publicidad por emplazamiento, conocida también como emplazamiento publicitario, posicionamiento de producto o *product placement*, es una técnica publicitaria que consiste en la inserción de un producto, marca o mensaje dentro de la narrativa del programa (mostrado, citado o utilizado por los actores).

Por lo general se aplica en medios de comunicación audiovisuales como programas y series de televisión, telenovelas, videos musicales, cine y videojuegos, entre otros[3]. Aunque hay que decir que entre los expertos existe un debate sobre si todo lo que esté en un programa y se publicite es *product placement*.

También nos efrentamos a otro reto, "al reducido número de trabajos académicos que se centren en el resultado pormenorizado del emplazamiento de marcas y productos en las series de television y la influencia que esto conlleva en la construcción de los personajes". Hay que exponer que son escasos e insuficientes.

Para evitar dispersanos, hemos seguido preferentemente los trabajos de Del Pino y Olivares (2006), Lozano González (2012), y Mercedes Alamillo (2018).

Hay que resaltar las dificultades que hemos tenido a la hora de localizar estos momentos en cada capítulo, como el posterior visionado de los programas que habían de servir de base para nuestros argumentos. Sin embargo, la comercialización en las últimas dos décadas de muchas de éstas series en soporte dvd, no todas de venta en España, como el acceso a la plataforma de internet youtube, Netflix o Amazon Prime han sido claves para acceder a casi todos ellos.

Esto nos ha permitido contrastar las versiones originales con los doblajes al castellano, lo que nos ha deparado algunas que otras sorpresas, como ocurre cuando lo hemos aplicado a obras literarias adaptadas para la pequeña pantalla, con sus traducciones del original, el inglés, al castellano.

La génesis de la presencia de marcas en las producciones audiovisuales la podemos fechar en los mismos inicios de Hollywood. Pero es una práctica que tiene ya una larga historia. Se constata apariciones de marcas en películas hollywodenses de los años veinte y treinta, y como no en las españolas.

[2] DEL PINO Y OLIVARES (2006:18): 'Apostamos por *brand placement* como denominación más idómea y precisa que *product placement*, en el sentido de que el objeto de ese emplazamiento no es un producto genérico, sino una marca, com nombres y apellidos'.

[3] Análizando variables como la localización, contexto, contacto físico, papel del actor, naturaleza de la aparición, personalidad del actor, centralidad, duración, etc.

Figura 2: Fawlty Towers: A Touch of Class (BBC).

Esto nos lleva a retrotraernos, inclusive, a la propia literatura y el teatro, de los que la industria cinematográfica se nutrió para muchos de sus guiones. Un aspecto que tan solo dejamos apuntado aquí.

Como consecuencia, la aparición de marcas se traslada a un nuevo medio –la televisión– que había nacido a mitad de los cuarenta y ofrecía un espacio muy apropiado para el emplazamiento de marcas.

Por su parte, Santamaría Benito[4] escribe:

> La presencia de marcas en las obras de fición se convierte en algo imprescindible ya que nos ayuda a situarnos en un espacio concreto y en una época determinada, además de que también nos permite caracterizar a los personajes y nos muestran cómo suben y bajan dentro de la escala social de la época. Podemos decir entónces, que el papel de las marcas en la ficciones audiovisuales va mucho más allá de formar parte del decorado, y en ocasiones su presencia puede llegar a estar a la altura de los personajes protagonistas.

[4] SANTAMARÍA BENITO (2017).

Figura 3: The Ropers: Days of Beer and Rosie (Thames TV).

Aunque como sigue diciendo esta autora: "…no siempre que una marca aparece en la pantalla tiene como único objetivo ayudar a situar la acción y la carcterización de los personajes. Muchas de la marcas que aparecen tienen también un claro objetivo commercial…"[5].

Consideraremos la tipología *product placement* en la clasificaión que ofrecen Del Pino y Olivares (2006: 69): Pasivo, Activo, Verbal e Hiperactivo[6].

Es por medio de la publicidad que las empresas buscan un posicionamiento activo con el objetivo de convertirse en marcas con personalidad, jugando un papel clave la identificación del receptor con la ficción publicitaria.

Como exponen las profesoras Alvarado López y Martín Requero: "La publicidad es, por una parte, identificadora de la

[5] En este punto se nos plantea hasta que punto las empresas bodegueras del Marco, sus departamentos comerciales, de relaciones públicas, o sus agencias de publicidad, estas últimas con una autonomía y falta de interelación con le central, han jugado un papel clave a la hora de ubicar su marca en un emplazamiento. La información que disponen, pasado el tiempo, es nula, y porque muchos de sus responsables trabajan en otras empresas, o bien se han jubilado.

[6] DEL PINO Y OLIVARES (2006:69).

cultura del contexto que la produce y, por otra, conformadora de una nueva sociedad en la que van surgiendo formas, valores, técnicas y elementos que generan a su vez distintos modelos de consumo y diferentes consumidores"[7].

En España, el fenómeno es relativamente joven, nace durante la década de los `90.

Esta es una de sus multiples facetas, el imaginario generado por las series de ficción para la pequeña pantalla en torno a los vinos del Marco del jerez. Un aspecto que nos ofrece multiples lecturas, y del que intentaremos desvelar algunas de ellas.

2. Estados Unidos: del cooking sherry al amontillado

La primera mención al jerez, en este caso de carácter verbal, en una serie de ficción para la television que hemos podido localizar es la que aparece enel episodio 21 de la primera temporada de **Te quiero Lucy** (I love Lucy), el titulado New Neighbors. Emitido por la CBS el 3 de marzo de 1952[8].

Cuando Lucy Ricardo, la ama de casa interpretada por Lucy Ball, llama desesperada a la comisaria de policia para denunciar un extraño suceso, el sargento comenta: "Lady, have you been nipping on the cooking sherry?".

Hay que reseñar que la serie se rodaba en los estudios situados en Los Ángeles (California), donde el jerez imitación era utilizado habitualmente para condimento gastronómico, y de alguna forma "apreciado", y consumido, por las amas de casa con un paladar poco refinado.

Esto queda patente en otra entrega de la misma serie, Business Manager, fechada el 4 de octubre de 1954. En esta ocasion Lucy hace entrega de varios productos de comida a la señora Trumbull, que incluye "a bottle of sherry", pero cuando ésta la recibe remarca "cooking sherry", momento en el que Lucy la mira socarrónamente y repite: !"cooking sherry"!.

Haciendo un paréntesis cronológico, este uso del jerez en la cocina lo volveremos a ver en otra teleseries americanas de gran difusion, es el caso de **Mujeres desesperadas** (Desperates Housewives), concretamente el del 27 de mayo del 2010, titulado We all deserve die (T6-E19).

Bree Hodges (a la que da vida la actriz Marcia Cross), tiene que tomar una decision radical cuando se percata que la comida que prepara en su restaurante ha sido boicoteada con vinagre en lugar de manzanilla ("manzanilla sherry").

Retomamos el orden con la exitosa comedia de situación de mediados de los `60, **Embrujada** (Bewitched)[9], que se pudo ver en nuestros televisores a partir de 1966, nos sorprende con cuatro episodios donde el jerez siempre es servido en un elegante decanter.

[7] ALVARADO LÓPEZ Y MARTIN REQUERO (2006:9).

[8] Para esta información, como otras que irán apareciendo, se ha consultado la página web: www.imdb.com.

[9] Comedia de situación, en inglés Sitcom, se distinguen por desarrollar regularmente los episodios en los mismos lugares y con los mismos personajes, incluyendo risas grabadas.

Figura 4: Agatha Christie-Miss Marple: The Moving Finger (BBC).

Comprobaremos como en casa de la moderna (bruja) Samantha (Elizabeth Montgomery), tiene jerez para agasajar a sus invitados, tantos humanos como a parientes de su gremio que aparecen por arte de magia, especialmente mujeres: There is no Witch like an Old Witch (T1-E27), Mrs. Stephens, Where are you (T5-E20), Tabitha s Weekend (T5-E23), Sam s double mother trouble (T6-E12).

En esta última se oye este desatino: It must be the sherry, That s italian sherry, very strong". Esto es puesto en boca de Samantha por algún guionista despistado, ante las extrañas reacciones de su suegra, que un poco antes había bebido un par de copas calificándolo de esta manera: "This is especially good sherry".

Por su parte, el maestro del suspense, Alfred Hitchcock, nos deleitará con sus presentaciones de pequeñas obras maestras de misterio en **Hitchcock Presenta** (Alfred Hitchcock presents). Esta Antología fue emitida por la cadena CBS entre 1955 y 1965, con la participación de diferentes directores,

En nueve de estas entregas semanales hemos podido localizar las menciones al jerez en los diálogos, a veces presentado en botella donde la etiqueta no es recono-

cible, como en Banquo s chair (T4-E29)[10], o bien en un decantador de cristal tallado, como en Jonathan (T2-E10). La primera ambientada en la Inglaterra de principios de siglo, y la otra en los años `50, en Estados Unidos.

De nuevo, el cooking sherry hace acto de presencia en el relato *Nightmare in 4 D* (S2-E16). Los deseos de Harry Parker (Henry Jones), de beber champagne se ven frustrados cuando su mujer tan solo tiene en casa jerez para cocinar.

Tampoco faltan los buenos comentarios a su color (pretty colour, like gold), que hace el anciano Mr, Johson (Edgar Stehli), en *Listen, listen* (T3-S-32), cuando el barman le sirve "a small glass of sherry".

Otras historias a considerar serían: The case of Mr. Pelham (T1-E10), There was an old woman (T1-E25), Dissappering Trick (T3-E27).

De todas ellas hay que destacar la de A Bottle of Wine (T2-E19), del año 1957.

El juez Connors (Herbert Marshall), comparte una botella de un jerez amontillado muy viejo con un incómodo invitado. Botella adquirida en España durante su viaje de novio.

Pasando a otra famosa serie americana, será de nuevo otra botella de amontillado la que relaje la tensa situación que viven los dos personajes en un pequeño cuarto, el de la policia secreta soviética y un prisionero politico (Martin Landau).

Nos refereimos al emocionante relato de **Zona desconocida** (Twilight Zone): Jeopardy Room (T5-E-29). Visto por los telespectadores el 17 de abril de 1964.

La figura de Edgar Alla Poe, y su cuento de terror, El barril de amontillado[11] ha ejercido una gran influencia en la cultura popular de los Estados Unidos. Esta puede ser una de las razones por la que lo podamos encontrar en variadas producciones de diferentes temporadas. El ejemplo más claro se da en la serie de **Colombo** (Columbo), ese estrafalario detective al que da vida el actor Peter Falk.

La cadena de televisón NBC la puso en antena en 1971. En el episodio 2 de la tercera temporada, que lleva por título Any old port in a storm, vemos a Colombo inspirarse en la historia de Poe para descubrir al asesino, un rico bodeguero que ha matado a su hermano, y ha enterrado su cuerpo en una oscuro sótano de la bodega.

No será la única vez que Colombo tenga la oportunidad de catar un buen jerez, como en Grand Deceptions (T8-E4), en la que Colombo declara a la dueña de la lujosa casa donde es invitado, Mrs. Padget, que su vino es "a remarkable sherry" (un jerez notable).

Dando un salto en el tiempo nos trasladamos a la dinámica ciudad de Seatle, años `90, donde viven los hermanos Frasier (Kelsey Grammer) y Niles Crane (David Hyde Pierce), dos excéntricos y esnobs

[10] Este indicativo representa la T de la temporada en que fue televisado, y la E el orden del episodio en dicha temporada.

[11] The cask of amontillado (1846), ha ejercido una gran influencia en la cultura norteamericana. Ha sido llevado al cine y a la TV; adaptado al comic, y versionado por músicos.

Figura 5: Agatha Christie-Poirot: The Third Floor Flat (LWT).

psiquiatras amantes del buen vino, especialmente del jerez, que siempre tienen a mano en su moderno apartamento.

Son los dos personajes centrales de la aclamada serie, **Frasier (Fig. 7**), emitida por la NBC durante once temporadas, de 1993 al 2004, y vendidas a numerosas cadenas de television, entre ellas a Antena, en 1997[12]

La primera vez que nuestro vino aparece es en Dinner at eight, el tercero de la primera temporada, el 30 de spetiembre de 1993, y visto por más de 27 millones de telespectadores. Frasier invita a su hermano a una copa de jerez cuando este llega al apartamento del primero. Un gesto de cortesía a la hora del aperitivo.

El jerez será un elemento relevante a la hora de definir sus respectivos roles. Y lo podremos comprobar en unas cuarenta entregas[13]: *The Crucible* (T1-E6), *Miracle*

[12] CAPILLA Y SOLÉ (1999:108).

[13] No deja de sorprendernos que en España se generen trabajos universitarios en torno al emplazamiento en series como Friends (ALAMILLO MADRID, 2018), Sex and the City (LOZANO GONZÁLEZ, 2012), la saga de James Bond (SANTAMARIA BENITO, 2017), o el automóvil en el cine (MARTIN GARCÍA, 2018), y no se muestre el más mínimo interés por algo tan cercano a nosotros como son los vinos del Marco de Jerez.

Figura 6: Call the Midwife: Joe Collet (Neal Street-BBC).

onThird or Fourth Street (T1-E12), Author, Author (T1-E22), Flour Childe (T2-E4), Duke `s We Hardly Knew Ye (T2-E5), The Botched Language of Cranes (T2-E6), The Candidate (T2-E7), An Affair to Forget (T2-E21), Leapin Lizards (T3-E4), The Friend (T3-E11), The two Mrs. Cranes (T4-E1), A Crane s Critique (T4-E4), Our father whose Art Ain t Heaven (T4-E8), Odd Man Out (T4-E24), First Date (T5-E20), The Secret Admirer (T6-E6), The seal who come to dinner (S6-E9), Roz Loan (S6-E10), To tell the Truth (T6-E15), Visions of Daphne (T6-E22), The dog that Rocks the Cradle (T7-E5), The Tsar is Born (T7-E7), They re Playing Our Song (T7-E13), Something About Sr. Mary (T7-E16), Something Borrowed, Someone Blue (T7-E23), And the Dish Ran Away with the Spoon (T8-E1), The Bad Son (T8-E3), The Great Crane Robbery (T8-E4),Taking liberties (T8-E5), Legal tender love and care (T8-E6), The New Friend (T8-E7), Cranes Unplugged (T8-E10), Hopping Cranes (T8-E15), The Wizard and Roz (T8-E20), Semi-decent Proposal (T8-E22), Sharing Kirby (T9-E9), Star Mitzvah (T10-E6), Fraternal Schwings (T10-E16), No sex, please, We re Skittish (T11-E1), The

Figura 7: Frasier: Roz, a Loan (NBC).

doctor is out (T11-E3), Detour (T11-E-21), Crock Tales (T11-E22)[14].

El más relevante de todos es el titulado Fathers and sons, correspondiente al episodio 22 de la temporada 10, que fue emitido el 6 de mayo del 2003, con una audiencia de unos 11 millones de televidentes.

Un amigo de la familia. que vive habitualmente en París, Leland Barton (David Odgen), llega a Seattle para visitar a los Crane, donde es recibido con el tradicional aperitivo que hay en la casa:

Leland: This sherry is exquisite.

Frasier: Oh, thank you. It s an Andalusian Amontillado. I m rather fond it.

Leland: A connsoisseur, I m very surprised. Most Americans think that sherry is just for cooking.

Un diálogo que resume a la perfección lo expuesto al inicio, mostrándonos las dos formas extremas en la que los americanos consideran al jerez.

La novedad es que en octubre de este año la cadena Paramount ha comenzado a emitir una nueva tanda de episodios

[14] La serie Frasier ofrece, como vemos, muchas posibilidades para un estudio pormenorizado. Una oportunidad también perdida por el Consejo al dejar pasar el tiempo y no invitar a los dos actores, incluido los creadores, a conocer Jerez y sus vinos en el origen.

retomando al personaje Frasier, esta vez viviendo en Boston. Reseñar que esa ciudad está unida a la vida de Poe.

Ya los gustos parecen haber cambiado, pero a pesar de ello el jerez se cuela en dos de las historias: The Good Father (T1-E1), y First Class (T1-E3).

Lo hace en una botella del caro whisky escocés Macallan de 18 años, envejecido en un barril de madera de roble envinado con jerez.

La cadena de television americana, Fox, comenzó el lanzamiento de su famosa serie **House** en el 2004, manteniéndola hasta el 2012. La trama gira sobre la figura del doctor Gregory House, interpretado por Hugh Laurie. Un medico excepcional de fuerte personalidad, que dirige el departamento de diagnóstico de un ficticio Hospital Universitario de Princeton-Plainsboro, de Nueva Jersey.

Aunque la acción se desarrolla en un Estado de la costa Este americana, propcio a nuestro Jerez[15]. en este caso no es habitual su consumo. Pero la traemos aquí porque en la entrega titulada El corazón de Wilson (Wilson s heart, T4-E16)), tanto House como su colega, Amber Volakis, compartirán unas copas de jerez, que por su aspecto podría ser Pedro Ximénez (**Fig. 8**).

Si se observa la etiqueta de este "sherry" tan particular puede despistar al espectador al leerse "reserve", algo que no encaja en este tipo de vinos, como el nombre de la empresa. una supuesta bodega "Vincos". Lo que nos hace suponer que se haya diseñado para la ocasion sin indicativo conocido con el original, pero tampoco con uno de imitación.

De los profesionales de la medicina, pasamos a los altos ejecutivos de una importante agencia de publicidad de New York de los años `60 en **Mad Men**.

La serie se estrenó en el 2007, permaneciendo en antena siete temporadas, con 92 episodios, siendo emitido el último en el 2015.

En esta ocasion el protagonismo lo tendrán dos marcas de Jerez, la de Harvey s Bristol Cream, en tres de sus historias: Three Sundays (T2-E4), Love among the ruins (T3-E2), At the Codfish ball (T5-E7).

En una, Lugares lejanos (Far a way places, T5-E6), podremos ver una botella de Hidalgo cream que cuatro parejas beben al final de la cena, junto a unos dulces de postre (**Fig. 9)**.

Las pesquisas que hemos hecho, tanto en las bodegas Fundador, que es la propietaria actual de la marca Harvey[16], como en Hidalgo[17], no han podido confirmarme si hubo alguna contraprestación económica, o de cualquier tipo, para que sus marcas

[15] Hay que tener en cuenta la influencia ejercida por los británicos durante el periodo colonial en los territorios ocupados de lo que se conocia como Nueva Inglaterra.

[16] En este sentido, el departamento de relaciones públicas de Fundador me informó que la productora de la película Revolutinary Road (2008), le solicito una botella que la compañía distribuía en Estados Unidos en los años `60. Aunque en una de las esecenas se ofrece jerez a los invitados en casa del matrimonio Wheeler, la botella queda relegada de la vista del espectador.

[17] Uno de los propietarios de las bodegas se sorprendía de esta circusntancia, además de informarme que posiblemente sus vinos llegarían a Estados Unidos, en los años `60, a través de su comercial en las Islas Bitánicas.

aparecieran en la pantalla. Esto nos afianza en los argumentos expuestos anteriormemte de que el jerez es como un "intruso" en esto del emplazamiento del producto.

Desde el Nueva York de los `60 nos vamos al Minneapolis del año 2012, con la comedia dramática **Big C** (**Fig. 10**), donde la actriz Laura Linley da vida a Catherine Jamison, una profesora de secundaria afectada de cancer.

Prestaremos atención a lo que sucede durante la cena en un distinguido restaurante en Life Rights (T3-E6). Los comensales, entre los que se encuentran su marido Paul (Oliver Platt), una amiga (Susan Sarandon) y una productora de televisión (Allison Janney), beben un oloroso de las bodegas Dios Baco.

En contacto con los responsables de esta bodega jerezana, de nuevo me indican que desconocían este hecho, al igual que su comercial en los Estados Unidos.

Finalizamos en este apartado americano con la exitosa **La maravillosa señora Maisel** (The Marvelous Mrs.Maisel) **(Fig. 14).** La historia se desarrolla en la ciudad de Nueva York a mediados de los `50 del siglo XX.

Miriam 'Midge' Maisel es una ama de casa judía que descubre sus habilidades para la comedia en vivo**.**

Ella y su madre suelen compartir una botella de jerez que hay en la cocina, aunque tambien en locales de copas.

3. La tradición británica

De todos es sabido que el mercado más importante para nuestros vinos es el británico, una primera posición que han mantenido desde siglos. Una tradición que llevaron a sus colonias de Norteamérica.

Antes del cine y la television, la literatura de aquellas islas reflejaron en bellas páginas su afición por el sherry, denominación que se ha impuesto con el paso del tiempo.

Siguiendo el orden cronológico establecido para las producciones americanas, nos encontramos en primer lugar con **Los vengadores** (The avengers), que fue vista en el periodo de 1961 a 1969. En España la pudimos disfrutar a partir de 1966.

En diecisiete de sus entregas hemos podido reseñar las menciones al jerez.

En una de ellas, Too many Christmas Trees (T4-E13), la pareja de investigadores son invitados a la mansion de un excéntrico apasionado por los relatos navideños de Dickens, donde no falta el jerez.

Los ingleses son tan aficionados al jerez como a los relatos de misterio. En este género son famosos, entre otros, los escritores Arthur Conan Doyle, Agatha Christie o P. D. James.

La pequeña pantalla, por su parte, ofreció nuevos héroes de este género, como constantes adaptaciones de sus clásicos, que nunca dijeron no a un buen jerez.

Abrimos con el espía de la OTAN John Drake, interpretado por Patrick McGoohan en la serie **Danger Man (Fig. 1).** Arquetipo surgido de los años de la Guerra Fría, allá por la década de los `60**.**

El 20 de enero de 1966 la ITC emite uno de los capítulos con el sugestivo título de I can only offer you sherry (T2-E17).

Figura 8: House: Wilson´s Heart. (NBC-Universal TV).

De ese ambiente de tension nos marchamos con el humor absurdo y sardónico de los Monty Python y su Flying Circus (**Fig. 17**), que se pudo ver en la BBC desde 1969 a 1974. Desternillante es el reverendo que interpreta Michael Palin en Sherry-Drinking Vicar, ofreciendo continuamente jerez a un visitante a la parroquía.

¿Qué decir del particular sentido del humor de los habitantes de aquellas frías islas, que de vez en cuando se entonan bebiendo un reconfortante jerez?, y no solo la abuelita (granny) de la familia.

En el **Hotel Fawlty** (Fawlty Towers), produccida por la BBC-Two entre 1975 y 1979, su peculiar e histérico dueño, Basil Fawlty, al que da vida John Cleese, del clan de los Monty Python, casi siempre tiene jerez para los desconcertados clientes que se alojan en su hotel.

En el aparador, detrás de la barra de la cafeteria, se observa un típico barril con la inscripción de Cadoza sherry, elaborado por la empresa Stowells of Chelsea (**Fig. 2**). Barril que también se puede apreciar en uno de los episodios de **Los vengadores**.

Para avalar lo expuesto se pueden consultar las entregas siguientes de esta serie humorística: Un toque de clase (A Touch of Class), La boda (The Wedding Party),

Figura 9: Mad Men: Far Away Places (Lionsgate TV).

Noches gastronómicas (Gourmet Night), El aniversario (The Anniversary).

Otra serie británica de éxito de mediados de los `70, también en nuestro país, fue **Los Roper** (George and Milddred), de la reputada cadena Thames. Este matrimio, de clase media baja contrasta con otra pareja más joven, sus vecinos, de gustos más refinados, los Fourmiles. Mientras que Goerge opta por un jerez barato, de origen sudafricano, Norman Fourmilles tiene en su casa el original en los tipos "fino, oloroso, amontillado", como se muestra en Bad Penny (T1-E2).

Un amontillado bueno es el que al final George comprará en su pub habitual para celebrar el reecuentro con su hijo, en Days of Beer and Rosie (T4-E2) (**Fig. 3**).

De nuevo volvemos a las historias de detectives, a dos de los más famosos, con Mrs. Marple y Hercules Poirot, ambos surgidos de la pluma de Agatha Christie, la autora más vendida y leída en todo el mundo.

La figura de Miss Marple, y sus historias, han sido adaptadas por varias televisiones inglesas. Las mas reconocidas han sido las interpretadas por Joan Hickson, para la BBC, y Geraldine McEwan, para la ITV.

Hemos seleccionado, mayoritariamente, los de la primera, los de la BBC: The Mirror Carck d from side to side, A Murder is Announced, The body in the Library, The Moving Finger (**Fig. 4**). En esta última se le puede ver disfrutando de "a delicious sherry".

Figura 10: Big C: Life Rights (Showtime).

Por su parte, Poirot (al que da vida de manera genial el actor David Suchet) tiene clara su opción en Tragedia en tres actos (Tragedy in three Acts): "El jerez lo prefiero mil veces a los combinados, mil millones de veces al whisky". La novela fue escrita en 1935.

En esta misma obra Poirot celebra un Sherry Party[18], que en la traducción de la editorial Molino lo convierten en "una merienda"[19].

En la imagen seleccionasda de The third floor flat (El apartamento del tercer piso) (**Fig. 5**) podemos ver una botella de jerez en el apartamento donde se aloja el mismo Poirot. La etiqueta no está relacionada con ninguna bodega conocida, tal vez creada ex profeso para el rodaje, pero el texto sherry puede leerse fácilmente. Y de seguro que el buen gusto de Poirot no se conformaría con tener una imitación de british sherry, llegando a solicitor amontillado en The Advenure of the Western Star.

[18] Los Sherry Parties fueron eventos sociales muy populares en los años `20 y `30 del siglo pasado, para disfrute de la alta sociedad briánica, artistas e intelectuales.

[19] CHRISTIE (1981:177).

Figura 11: Curro Jiménez: La batalla del vino de Jerez (TVE).

Un jerez original que se bebe en lugares selectos con anfitriones distinguidos, como en la versiones televisivas: Cat among pidgeons, Dumb Witness, Lost Mine y The Cornish Mistery.

Para completar este apartado haremos mención a la historia que se nos cuenta en el capítulo 3 de la primera temporada de **¡Llama a la comadrona!** (Call the Midwife), del 20 de noviembre de 2012 (**Fig. 6**), ambientada en el East End londinense de mitad de los años `50.

La enfernera Jenny Lee (Jessica Raine), recibe un regalo especial de Joe, un veterano militar al que ha estado cuidando hasta su fallecimiento, un estuche conteniendo una botella de jerez El Cid, de las bodegas Duff Gordon del El Puerto de Santa María. Un vino que Joe han estado ofreciéndole los días en los que ella iba a cuidarlo.

También, en el episodio cinco de la tercera temporada se nos hacer ver que el jerez era un buen condimento a la hora de utilizarlo en repostería: "…and butterfly cakes and sherry trifle"[20].

[20] Un trifle es un postre elaborado a partir de una crema custard, frutas, masa de bizcocho, zumo de frutas y nata montada. Estos ingredientes se distribuyen en capas con el bizcocho como separación entre ellas y la fruta. Es uno de los postres típicos de la cocina inglesa. Algunos contienen una pequeña cantidad de alcohol debido a que se vierte en la masa del bizcocho una cantidad de licor para que aromatice el postre, comúnmente se emplea jerez.

Figura 12: Tantei Monogatari: Hanzai Odori (NTV).

Recientemente se ha emitido la producción **Todas las criaturas grandes y pequeñas** (All Creatures Great and Small) **(Fig. 13),** remake de la serie de 1978-1990 que se centra en las aventuras del equipo de una clínica veterinaria en los años 30 y 40 en Yorkshire. Esta comenzó a verse en el 2020, y hasta la actualidad.

Las menciones al jerez son continuas. En la historia titulada (Many Happy Returns (T2-E4), el anfitrión ofrece amontillado a los invitados antes de comer.

A esta se une otra con el sello clásico de la BBC-2, Good Omens **(Fig.16).** El personaje de Azraphale (Michael Sheen), el ángel bueno, se distingue por su afición al jerez, que queda patente en la historia titulada The Clue (T2-E-2).

4. En su orígen

Una de las primeras menciones al jerez en una serie de television española es la que aparece en una de las producciones más vista en nuestro país, **Curro Jiménez (Fig. 11**), producción de TVE en los inicios de la transición política.

El capítulo lleva el peculiar título de La batalla del vino de Jerez (T3-E13).

Ambientada en la Andalucía de la primera mitad del XIX, pero rodada en localizaciones de la provincia de Córdoba.

No es hasta finales del siglo XX, con la implantación de las cadenas privadas, y su oferta televisiva de nuevas series, donde tímidamante podemos ver y oir el jerez en boca de conocidos actores nacionales.

Destacamos algunas de las que tenemos conocimiento. En primer lugar traemos **Aida** (Telecinco, 2005), donde uno de los personajes describe la querencia a su bar tradicional de esta manera: "El dueño del bar dice que estoy aquí desde que el jerez me lo traía el mismo Tío Pepe".

Una de las pocas botellas que destaca para el caso es la de las bodegas Urium, y su carísimo Palo Cortado Gran señor de Urium, en **Allí abajo** (T5-E10), de Antena 3. Por la misma propietaria hemos sabido que la productora Plano a Plano se puso en contacto con ella para solicitarle su colaboración desinteresada con una de las pocas botellas existentes de su excepcional vino, valorado en 36.000€.

En estos años el jerez se va dosificando en algúna que otra entrega de **Aquí no hay quien viva** (Antena 3, 2003), **Amor en tiempos revueltos** (TVE, 2005), **El Secreto de Puente Viejo** (Antena 3, 2011), o en la miniserie **La Templanza** (Boomerang TV-Atresmedia Studios, 2021) **(Fig. 15).**

5. Y más allá

Un caso singular es la serie japonesa **Tantei Monogatari**, que en español se traduciría como Historias de detective.

Esta producción de la cadena Nippon TV solo se ha comercializado en Japón, siendo una rareza en muchos sentidos, y considerada de culto en aquel país.

Tantei Monogatari constaba de 27 capítulos, emitidos entre los años de 1979 y 1980.

Al peculiar detective, Shunsaku Kudô, lo interpretaba el popular actor Yusaku Matsuda (1949-1989).

El primer vino de Jerez embotellado, con su etiquetado de marca, que se comercializó en Japón[21] sería el Tio Pepe, de las Bodegas González-Byass, importado por la empresa de bebidas y licores, Sanraku[22], en 1972.

Este tipo de vino tuvo aceptación por un selecto grupo de selectos clientes, atraídos por un sabor que encajaba con su gastronomía, compuesta mayoritariamente de pescado y marisco crudo.

Entre estos nuevos consumidores se encontraba el artista Yusaku Matsuda, que ejerció de barman unos años antes de ser seleccionado para el papel del excéntrico detective. Personaje caracterizado por conducir una moto vespa, fumar cigarrillos Camel, y beber *Tío Pepe*. En varias de las entregas es habitual verle consumir el fino de González Byass, bien en su apartamento, o en restaurantes.

[21] El marino español Sebastián Vizcaíno viajó a Japón en los primeros años del siglo XVII en misión diplomática, llevando consigo vino de Jerez con los que agasajó a las autoridades. Japón no volvería a mantener relaciones comerciales, en intercambio de embajadores, con España hasta 1868.

[22] Unas décadas más tarde sería Mercian Corporation (incluída en el holding de Kirin) la responsable de la distribución de Tio Pepe en Japón, que a su vez es accionista minoritario de González-Byass con el 2%.

Figura 13: All Creatures Great and Small: Many Happy Returns (Playground Entertainment).

En uno de ellos se le observa cargando con una caja de embalaje con los distintivos de la bodega jerezana, y que previamente había contenido doce botellas de la conocida marca de fino (**Fig. 12**).

La inclusión de este producto en la trama forma parte de la caracterización del personaje.

Debido al poco tiempo de emisión, una temporada, y que esta solo se pudo ver en el mercado nipón la compañía jerezana no tuvo conocimiento de este hecho hasta fecha reciente, cuando yo mismo se lo di a conocer. Dudamos que la misma González-Byass hiciera gestiones para la inclusión de su marca en la serie, pero tampoco disponemos de datos para afirmar que las realizara la misma empresa japonesa distribuidora en aquel país.

Un vino que el escritor japonés, Haruki Murakami, eterno candidato al Nobel, lo hace beber a uno de los personajes en su relato corto 'Tailandia'[23].

6. Con un toque de jerez

Llegados a este punto, se ha realizado un listado, en orden cronológico, de aquellas series de televisión (series, antologías, miniseries), en las que, en uno o en

[23] Este detalle me lo ha proporcionado la experta en vinos de Jerez, Tomoko Kimura, consultada la edición japonesa de dicho relato.

Figura 14: The Marvelous Mrs. Maisel (Amy Sherman-Palladino).

varios capítulos, hace acto de presencia el jerez.

Aunque algunos se han comentado en detalle más arriba, creemos necesario esta relación de conjunto para tener una idea de la importancia del hecho que hemos analizado.

No se ha pretendido hacer un catálogo exhaustivo, pero si orientativo, para futuros trabajos de investigadores e interesados, una guía práctica que evidencia la importancia de la presencia del jerez en este tipo de producciones.

Se indica en primer lugar el título con los que se han emitido en nuestro país, con su adaptación al castellano o manteniendo el original. En paréntesis el título original, nacionalidad, y el periodo de tiempo en los que han estado emitiéndose.

Te quiero Lucy (I love Lucy, USA, 1951-1957), **Alfred Hitchcock presenta** (Alfred Hitchcock Presents, USA, 1955-1965), **Perry Mason** (Perry Mason, USA, 1957-1966), **La dimensión desconocida** (Twilight Zone, USA, 1959-1964), **Coronation Street** (GB, 1960-actualidad), **Cita con la muerte** (Danger Man, GB,1960-1961; 1964-1967), **Los vengadores** (The Avengers, GB 1961-1969), **Doctor Who** (GB, 1963-1989-2005-actualidad), **Em-**

Figura 15: La templanza (Boomerang TV-Atresmedia Studio).

brujada (Bewitched, USA, 1964-1972), **Guardianes del espacio** (Thunderbirds, GB, 1965-1966), **Valle de pasiones** (Big Valley, USA, 1965-1969), **Mision: Imposible** (Mission: Impossible, USA, 1966-1973), **Dark Shadows** (GB, 1966-1971), **Dad s Army** (GB, 1968-1977), **Monty Python s Flying Circus** (GB, 1969-1974), **Arriba y abajo** (Upstairs, Downstairs, GB, 1971-1975), **Colombo** (Columbo, USA, 1971-2003), **M.A.S.H.** (M.A.S.H., USA, 1972-1983), **Sanford&Son** (USA, 1972-1977), **Lord Peter Wimsey** (GB, 1972-1975), **Un hombre en casa** (Man About the House, GB, 1974), **Hotel Fawlty** (Fawlty Towers, GB, 1975-1979), **Curro Jiménez** (España, 1976-1978), **Rumpole of the Bailey** (GB, 1978-1992), **Si, ministro /Si, primer ministro** (Yes, Minister/ Yes, Prime Minister, GB, 1980-1987), **Tantei Monogatari** (Japón, 1979-1980), **Retorno a Brideshead** (Brideshead Revisited, GB, 1981), **Remington Steele** (USA, 1982-1987), **Allo, Allo** (GB, 1982-1992), **Cheers** (USA, 1982), **Smiley s People** (GB, 1982), **Barchester** (GB, 1982), **Se ha escrito un crimen** (Murder, she wrote, USA, 1984-1996), **Las aventuras de Sherlock Holmes** (The Adventures of Sherlock Holmes, GB, 1984-1994), **Miss**

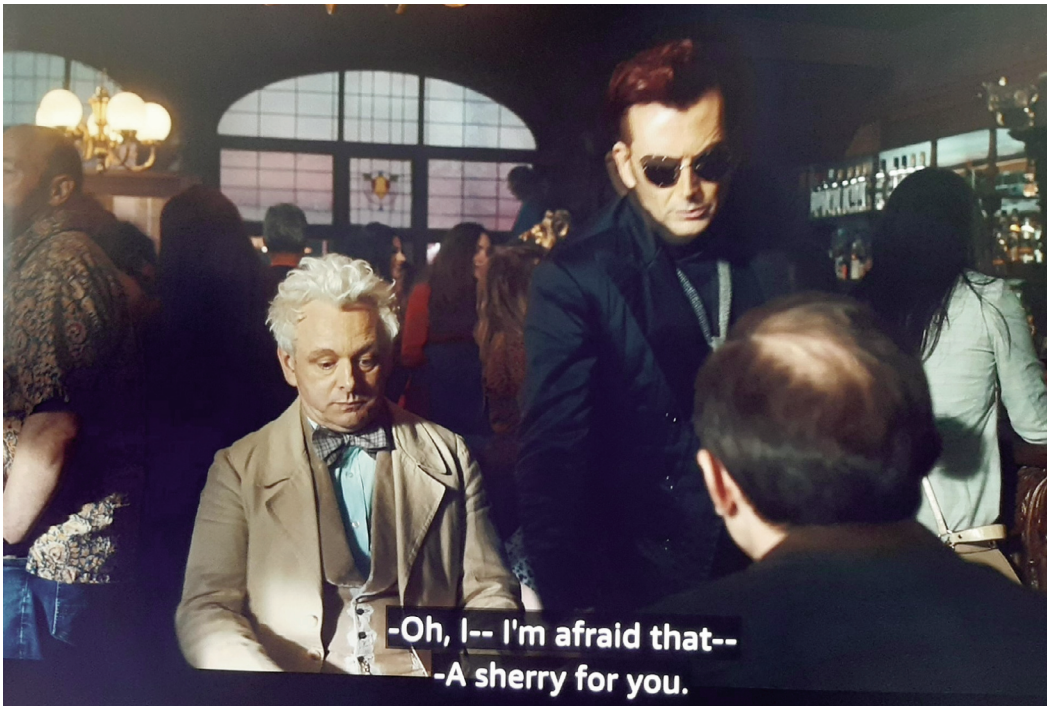

Figura 16: Good Omens: The Clue (BBC).

Marple (Miss Marple, GB, 1984-1992), **FastEnders** (GB,1985-actualidad), **Las chicas de oro** (The Golden Girls, USA, 1985-1992), **Star Trek:La nueva generación** (Star Trek: The Next Generation, USA, 1987-1994), **Inspector Morse** (GB, 1987-2000), **Poirot** (GB, 1989-2013), **Los Simpson** (The Simpsons, USA, 1989-actualidad), **El príncipe de Bel-Air** (The Fresh Prince of Bel-Aie, USA, 1990-1996), **You rang M Lord** (GB, 1990-1993), **Jeeves and Wooster** (GB, 1990-1993), **Doctor en Alaska** (Northern Exposure, USA, 1990-1995), **Mister Bean** (Mr. Bean, GB, 1990-1995), **Manteniendo las apariencias** (Keeping up Appearances, GB, 1990-1995), **Frasier** (Frasier, USA,1993-2004/ 2023), **Rex, un policía diferente** (Kommissar Rex, Austria-Italia, 1994-actualidad), **Amor prohibido** (Verbotene Liebe, Alemania, 1995-2015), **Father Ted** (GB-Irlanda, 1995-1998), **Los asesinatos de Midsomer** (Midsomer s Murder, GB, 1997-actualidad), **Hornblower** (GB, 1998-2003), **Las chicas de Gilmore** (Gilmore Girls, USA, 2000-2007), **A dos metros bajo tierra** (Six Feet Under, USA, 2001-2005), **Bajo escucha** (The Wire, USA, 2002-2008), **Foley s War** (GB, 2002-2015), **Aquí no hay quien viva** (España, 2003-2006), **The Vicar of Debley** (GB, 2004-2007), **House** (USA, 2004-2012), **Aida** (España, 2005-2014), **Brotherhood** (USA, 2006-2008), **Gossip Girl**

Figura 17: Monty Python Flying Circus: Sherry-Drinking Vicar (BBC1).

(USA, 2007-2012), **Big-Bang** (The Big-Bang Theory, USA, 2007-2019), **Mad Men** (USA, 2007-2015), **Los misterios de Murdoch** (Murdoch Mysteries, Canadá, 2008-actualidad), **Nurse Jackie** (USA, 2009-2015), **Misfits** (GB, 2009-2013), **Archer** (USA, 2009-2023), **Castle** (USA, 2009-2016), **Downton Abbey** (GB, 2010-2015), **The Big C** (USA, 2010-2013), **Infierno sobre ruedas** (Hell on wheels, USA, 2011), **Shameless** (USA, 2011-2021), **American Horror Story** (USA, 2011-actualidad), **Miss Fisher Murder s Mysteries (**Australiana, 2012-2015), **Llama a la comadrona** (Call the Midwife, GB, 2012-actualidad), **Scandal** (USA, 2012-2018), **Alcatraz** (USA, 2012), **Endeavour** (GB, 2012-actualidad), **My Mad Fat Diary** (GB, 2013-2015), **Padre Brown** (Father Brow, GB, 2013-actualidad), **Mr. Selfridge** (GB, 2013-2016), **The Affair** (USA, 2014-2019), **Agatha Raisin** (GB, 2014-actualidad), **Fargo** (USA, 2014-actualidad), **Outlander** (GB-USA, 2014-actualidad), **Grantchester** (GB, 2014-actualidad), **Agent Carter** (USA, 2015-2016), **Dickensian** (GB, 2015-2016), **Acacias 38** (España, 2015-2019) **Rebellion** (Irlanda, 2016), **Westworld** (USA, 2016-2022), **La maravillosa señora Maisel** (The Marvelous

Mrs.Maisel, 2017-2023), **Riverdale** (USA, 2017-2023), (**Alias Grace** (Canadá, 2017), **The Terror** (USA, 2018-actualidad), **Nancy Drew** (USA, 2019-2023), **Good Omens** (GB, 2019-2023), **After Life** (GB, 2019-2022), **Dickinson** (USA, 2019-2021), **Ciclos** (Trying, GB, 2020-actualidad), **Todas las criaturas grandes y pequeñas** (All Creatures Great and Small, GB, 2020-actualidad), **Los vencidos** (The Defeated, Francia-Alemania-Canadá, 2020-actualidad), **Yellowjackets** (USA, 2021-actualidad), **CSI: Las Vegas** (USA, 2021-actualidad), **Harry Palmer: El expediente Ipcress** (The Ipcress File, GB, 2022), **Red Rose** (USA, 2022), **La caída de la casa Usher** (The Fall of the House Usher, USA, 2023-actualidad)[24].

7. Conclusiones:

Una vez visionado este amplio número de episodios de series de ficción emitidos por el medio televisivo desde los años `50 hasta la actualidad, y donde el jerez está presente de forma visible y/o audible, en decantadores de cristal tallado, o en botellas de una marca reconocida, consumido como bebida o para uso como condimento gastronómico, he de concluir que nuestros vinos tienen un reconocimiento, con proyección internacional, de primer orden.

Un proceso cultural y social que se ha gestado a lo largo de los últimos seis siglos. Los guionistas de este tipo de producciones audiovisuales han 'bebido' de la tradición literaria, primero, y de la cinematográfica después. A las que hay que añadir que el jerez ha sido un vino con relevancia social en entornos aristocráticos, académicos y artísticos.

A pesar de ello se nos plantea la duda al aplicar, en este caso, la expresión 'emplazamiento del producto' tal como lo hacen los especialistas consultados.

No henos podido constatar que las compañías vitivinícolas del Marco se hayan planteado de forma premeditada la aplicación de esta forma de publicidad para sus vinos.

Esto no es óbice para que este trabajo pionero sirva para una futura investigación en detalle, permitiendo crear una base de datos, e imágenes, con la finalidad de afianzar el prestigio del jerez en los nuevos medios de comunicación.

[24] CONDON, Paul (2018), 1001 series de TV que hay que ver antes de morir.

Relación de figuras:

Figura 1: Danger Man / Secret Agent: I can only offer yoy sherry (ITC).

Figura 2: Fawlty Towers: A Touch of Class (BBC).

Figura 3: The Ropers: Days of Beer and Rosie (Thames TV).

Figura 4: Agatha Christie-Miss Marple: The Moving Finger (BBC).

Figura 5: Agatha Christie-Poirot: The Third Floor Flat (LWT).

Figura 6: Call the Midwife: Joe Collet (Neal Street-BBC).

Figura 7: Frasier: Roz, a Loan (NBC).

Figura 8: House: Wilson s Heart. (NBC-Universal TV).

Figura 9: Mad Men: Far Away Places (Lionsgate TV).

Figura 10: Big C: Life Rights (Showtime).

Figura 11: Curro Jiménez: La batalla del vino de Jerez (TVE).

Figura 12: Tantei Monogatari: Hanzai Odori (NTV).

Figura 13: All Creatures Great and Small: Many Happy Returns (Playground Ent.).

Figura 14: The Marvelous Mrs. Maisel (Amy Sherman-Palladino).

Figura 15: La templanza (Boomerang TV-Atresmedia Studio).

Figura 16: Good Omens; The Clue (BBC2).

Figura 17: Monty Python Flying Circus: Sherry-Drinking Vicar (BBC1).

Bibliografía:

ALAMILLO MADRID, Mercedes. Brand Placement y las series de televisión: construcción del personaje de Rachel a través de marcas de moda en la sitcom Friends. Trabajo Fin de Grado. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2018. https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/79487 (Consulta:11-X-2023).

BERMEJO BERROS, Jesús. "Eficacia publicitaria del product placement en las series de ficción en función de la conectividad temporal y actitudes del espectador". Pensar la publicidad, Vol. III, Nº 1, Universidad de Valladolid, 2009, pp. 31-54. file:///C:/Users/josel/AppData/Local/Temp/Eficacia_publicitaria_del_product_placement_en_las.pdf (Consulta:11-X-2023).

CAPILLA, Antoni y SOLÉ y Jordi. Telemanía. Las 500 mejores series de TV de nuestra vida, Barcelona: Salvat, 1999.

CHRISTIE, Agatha. El caso de los anónimos. Barcelona: Molino, 1975. P.171.

CHRISTIE, Agatha. Tragedia en tres actos. Barcelona: Molino, 1981, p. 177.

CLEESE, John., BOOTH, Connie. The complete Fawlty Towers. London: Methuen Publishing, 1998.

CONDON, PAUL, 1001 Series de TV que hay que ver antes de morir. Barcelona: Grijalbo, 2018.

CORDERO, Javier. El emplazamiento de producto en la comunicación publici-

taria audiovisual. Tesis doctoral. Madrid: UNED, 2015.
http://e-spacio.uned.es/fez/view/tesisuned:CiencEcoEmp-Ajcordero(Consulta:11-X-2023).

DEL PINO, Cristina y OLIVARES, Fernando. Brand placement: integración de marcas en la ficción audiovisual. Barcelona: Gedisa, 2006.

DEL PINO, Cristina y OLIVARES, Fernando. 'Brand placement y advertainment: integración y fusión entre la ficción audiovisual y las marcas". Universidad del País Vasco, ZER Revista de Estudios de la comunicación, Nº 22, pp. 341-367.
https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/viewFile/3696/3328(Consulta:11-X-2023).

JIMENEZ GARCIA, José Luis, "Sherry Goes to the Cinema: el vino de Jerez visto por el cine", Actas del Congreso científico El vino de Jerez en los 80 años de la denominación de Origen. Jerez: Consejo Regulador de la Denominación de Origen, 2006, pp. 353-364.

LOZANO GONZALEZ, Ana Alicia. *Brand Placement* y series de televisión: el caso de Sex and the city. Trabajo Fin de Master. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2012.
http://fama2.us.es/fco/tmaster/tmaster31.pdf (consulta: 11-X-2023).

MARTI, José; ALDÁS, Joaquín; CURRÁS, Rafael; SÁNCHEZ, Isabel. "El emplazamiento de producto: conceptualización, nuevos formatos y efectos sobre el consumidor", Teoría y Praxis, nº8, México: 2010, pp. 113-136.
file:///C:/Users/josel/AppData/Local/Temp/Dialnet-ElEmplazamientoDeProducto-3360936.pdf (Consulta:11-X-2023).

McCARTHY John y KELLEHER, Brian. Alfred Hitchcock presenta. Barcelona: RBA Editores, 1993.

MORTIMER, J., COOKE, B. Los Roper (George&Mildred). Barcelona: Argos Vergara, 1979.

MOVILA MENGUAL, Luis Antonio. La función de comunicación comercial del *Product Placement* y su influencia en los sistemas de producción audiovisual. Tesis doctoral, Madrid: Universidad Complutense, 2009.
https://eprints.ucm.es/9528/1/T30995bis.pdf (Consulta:11-X-2023).

MURILLO CHÁVEZ, Javier André. "*El product placement* al descubierto. Los actos de competencia desleal y el uso de una marca en el guion o secuencia de películas, series de televisión y programas", Diálogo con la jurisprudencia, nº180, 2013, pp. 269-287.
https://www.academia.edu/28922484/El_Product_Placement_al_descubierto._Los_actos_de_competencia_desleal_y_el_uso_de_marca_en_el_gui%C3%B3n_o_secuencias_de_pel%C3%ADculas_series_de_televisi%C3%B3n_y_programas (Consulta:11-X-2023).

REDONDO, Ignacio; BERNAL, Jorge. *"Product Placement:* Una revisión teórico-práctica de sus capacidades y li-

mitaciones". Interciencia, Vol. 40 nº2, 2015, pp. 827-832. https://www.researchgate.net/publication/286863341_Product_placement_Una_revision_teorico-practica_de_sus_capacidades_y_limitaciones (Consulta:11-X-2023).

SANTAMARÍA, Luis. *El product placement* en la saga James Bond. Trabajo fin de grado. Segovia: Universidad de Valladolid, 2017. http://uvadoc.uva.es/handle/10324/24803 (Consulta:11-X-2023).

TORRANO PALAZÓN, José, FLORES LÓPEZ, Enrique. "Factores determinantes de la actitud hacia el *product placement*", Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM, Comunicaciones, vol.2. 2007, pp. 1-18. http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/973/fda.pdf?sequence=1 (Consulta: 11-X-2023).

TORRES GARCÍA, Kevin Adrián. Publicidad en serie: aproximación al *product placement* en la ficción norteamericana a través de los principales géneros televisivos. Trabajo fin de Grado. Universidad de La Laguna, 2015. https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1164/Publicidad+en+serie+aproximacion+al+product+placement+en+la+ficcion+norteamericana+a+traves+de+los+principales+generos+televisivos.pdf;jsessionid=CFEF708DF41C6422A57794C23AA9D294?sequence=1 (Consulta: 11-X-2023).

VICTORIA MÁS, Juan Salvador, MÉNDIZ NOGUERO, Alfonso, ARJONA MARTÍN, José. "El nacimiento del "Emplazamiento de Producto" en el contexto de la I Guerra Mundial: Hollywood y el periodo 1913-1920 como marcos de referencias". Historia y Comunicación Social. Madrid: Universidad Complutense, 2013, Vol. 18, pp.139-155. https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/43419/41076(Consulta:11-X-2023).

Internet:

https://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad por_emplazamiento (consulta:11-X-2023).

https://en.wikipedia.org/wiki/Product_placement (consulta:11-X- 2023).

https://academieduvinlibrary.com/the-master-of-the-cork-returns/ (consulta: 12-X-2023).

https://productplacementblog.com/?s=sherry (consulta: 12-X-2023).